

International Conference on Actual Problems in International Students Teaching and Learning  
within European Higher Education Area, Ternopil, May 13-16, 2014.

ВНЗ. Зокрема, у Міжнародній школі комп'ютерних наук та інформаційних технологій (м. Сержі, Франція) сьогодні існують дві англomовні магістерські програми для іноземних студентів: "Бізнес-аналітика: архітектура, дослідження та оптимізація даних" та "Фінансова математика і менеджмент ризиків"[3]. В рамках цих спеціальностей здійснюється викладання дисциплін 3-х напрямків: комп'ютерні науки, математика та фінанси. Випускники отримують ґрунтовну теоретичну та практичну підготовку а також проходять обов'язкове стажування на підприємствах протягом 22-х тижнів. Отримані знання та навички дозволяють магістрам претендувати на високооплачувані посади фінансових аналітиків, спеціалістів з інвестування та управління цінними паперами.

Аналіз навчальних планів вищезгаданих програм свідчить про можливість створення подібних і у ТНТУ. Це дасть можливість привабити більшу кількість студентів-іноземців та підвищити престиж закладу на міжнародній арені. Також у Міжнародній школі комп'ютерних наук та інформаційних технологій діє постійна програма обміну, яка надає можливість студентам іноземних вищих навчальних закладів провести один семестр у даному ВНЗ. Такий семестр є еквівалентним першому семестру програми ING2 (перший рік програми підготовки магістрів). Це створює хороші передумови для започаткування програми подвійних дипломів із ТНТУ. Серед українських ВНЗ це уже реалізовано у КНЕУ ім. Вадима Гетьмана.

#### **Література**

1. *Вища освіта України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/ua/activity/education/58/>*
2. *Іноземні студенти додали Україні понад 4 мільярди гривень // Освітній портал Педпреса 24.05.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pedpresa.com.ua/blog/inozemni-studenty-prynesly-ukrajini-ponad-4-milyardy-hryven.html>*
3. *<http://eisti.fr/en/international-students#> [Електронний ресурс].*

#### **Надія Голда**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

### **ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ**

#### **Nadiya Golda**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

### **PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF STUDENT ACADEMIC MOBILITY**

Формування єдиного світового освітнього простору неможливе без трансформаційних процесів в області освіти і науки. Найбільш розвиненою формою інтернаціоналізації освіти є академічна мобільність, яка сприяє входженню у міжнародну академічну спільноту студентів, викладачів та навчальних закладів в цілому.

Згідно положення про академічну мобільність студентів вищих навчальних закладів України, академічна мобільність трактується як партнерські відносини з іноземними вищими навчальними закладами і вищими навчальними закладами України. Розвиток академічної мобільності студентів забезпечує доступ до освітніх здобутків провідних країн світу, сприяє підвищенню доступності, якості та ефективності освіти, підтримує соціальні, економічні, культурні, політичні взаємовідносини та зв'язки з іншими країнами.

Розглядаючи проблеми академічної мобільності студентів необхідно врахувати її психологічний аспект. Адаптація студента до мови, культури та суспільної поведінки іншої держави вимагає глибокої психологічної адаптації. З точки зору психології основною ціллю мобільності освіти є збереження зацікавленості студента певним навчальним закладом. Таку ціль можливо досягнути у двох випадках: коли підвищити інтерес до самого закладу шляхом покращення якісних характеристик отримання освіти, надійності та іміджу вищого навчального закладу та у випадку, коли привернути увагу до процесу отримання освіти, продемонструвавши його оригінальність, доступність, якість, але найефективніше об'єднати ці два випадки. Студент скористається програмою мобільності у випадку, коли у нього буде в цьому потреба, яка переживається людиною у формі емоційних бажань. Кожна потреба існує лише у формі мотиву, який визначає його напрям (бажання) та дію (збудник). Але людина здатна усвідомлювати механізм дій, а не мотиви, які спонукають до цього.

Як відомо, мотив є внутрішнім психологічним станом, який керує особистістю. Мотив ще можна розглядати як потребу, яка примушує людину шукати засоби її задоволення. Мотив у індивіда може викликати різного роду реакції, може підштовхувати його до певних дій, які у свою чергу, можуть сприяти зміні або появі у нього певних установок. Установка – це внутрішня психологічна готовність людини до будь-яких дій, яка визначає її поведінку у певних ситуаціях. Будь-яка ситуація сприяє або зміні попередньої установки або її закріпленню і викликає у людини ту чи іншу дію на тому чи іншому рівні: на рівні реакції, дії або установки.

Людина сприймає інформацію по двох каналах: інформаційному, який передає певні дані та комунікативному, який спричиняє певні дії, повідомляє про щось раніше невідоме. Орієнтуючись на такі канали людина взаємодіє з образом, який вона собі створила. Тобто на особистість діє створений інформаційний образ, що є загальнопсихологічною категорією, яка одночасно включає об'єктивні характеристики і внутрішні суб'єктивні умови тієї людини, в якій він формується.

Образ завжди індивідуальний і належить конкретній людині. На відміну від образу, імідж є результатом цілеспрямованого формування образу, який не має відношення до його формування. Існують закони формування образу, але не існує законів формування іміджу. Поняття формування образу значно ширше від поняття іміджу: імідж завжди є образом, але образ не завжди буде іміджем. Тому досягнутий інформацією рівень дії визначається через рівень психологічної ефективності створеного образу. У цьому випадку, образ

навчального закладу повинен бути повноцінним (подавати вичерпуючу інформацію про навчання, спеціалізації та спеціальності), диференційований (створити навчальний продукт, який відмінний від аналогів), емоційно привабливий (викликати у студента позитивні емоції).

Щоб досягти ефективного рівня інформаційної дії необхідно, підвищити інтерес до вищого навчального закладу шляхом створення повноцінного його образу та привернути увагу до самого навчального процесу, зробивши його незвичайним та оригінальним. Будь-яка інформація поділяється на змістову, яка закладена в місії вищого навчального закладу та емоційну, що є продуктом суб'єктивної емоційної оцінки даних студентом. Активність студента виникає тоді, коли образ навчального закладу сформований на основі позитивної емоціональної інформації про нього. У випадку, коли емоційна інформація буде для людини нейтральною або негативною, то такий образ не стане основою для активних дій.

Отже, можна зробити висновок, що психологічний аспект академічної мобільності студентів необхідно враховувати при формуванні інформаційного забезпечення про навчальний заклад-партнер, його структуру, навчальні програми, переваги навчання, що впливає з мети академічної мобільності, та передбачає підвищення конкурентоздатності випускників вищих навчальних закладів на українському та міжнародному ринках освітніх послуг та праці; досягнення міжнародного співставлення освітніх стандартів; залучення іноземного інтелектуального потенціалу на основі двосторонніх та багатосторонніх угод між українськими та закордонними партнерськими навчальними закладами.

**УДК 378.4**

**Валерій Лазарюк**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ – ІНСТРУМЕНТ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ОСВІТНЬОЇ ТРАЕКТОРІЇ СТУДЕНТА**

**Valeriy Lazaryuk**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

## **ACADEMIC MOBILITY: AN INSTRUMENT FOR PERSONAL LEARNING TRAJECTORY OF STUDENT**

Інноваційний постіндустріальний характер розвитку економіки, що ґрунтується на нових знаннях, в умовах постійного розширення інформаційного простору створює у працедавців нові підходи при наборі на роботу. Випускник університету із знаннями минулого століття без моральних засад європейських цінностей та відсутністю практичного досвіду роботи розпочинає свою кар'єру з біржі праці та перепідготовки. Замовник на працю висуває до навчального